

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Penumpang *Shuttle* PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap)

---

Disusun Oleh:

Eka Dewi Setyaningriani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email: [mfransiska00@gmail.com](mailto:mfransiska00@gmail.com)

**Oleh: Dra. Sri Suryoko, M.Si.**

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Abstract

PO. Sumber Alam is one of the transportation service providers offering shuttle service. Like other PO Otobus Companies. PO. Sumber Alam is always trying to meet and satisfy the desires of its customers in the hope that customers can feel satisfied and loyal to continue to use the services of PO. Sumber Alam, but in fact according to the management of the number of passengers PO. Sumber Alam in the last 3 years continued to decline significantly, especially from 2015 to 2016, which amounted to 57,480 passengers. By looking at the existing problems, the purpose of this study is to analyze the effect of service quality on customer satisfaction and its impact on customer loyalty PO Sumber Alam.

Sampling technique used is nonprobability sampling that is purposive sampling. The sample of this study amounted to 100 customers of PO Sumber Alam Semarang-Cilacap department and the opposite direction. Respondents' answers will be processed using various tests of validity test, reliability test, classical assumption test, simple linear regression analysis, correlation coefficient, determination coefficient and t test using SPSS program Statistical version for Social Science for Windows 16.00.

Based on the analysis, it can be concluded that service quality positively affects customer loyalty, service quality positively affects customer satisfaction, and customer satisfaction positively influences customer loyalty. The suggestion of this research is PO. Sumber Alam needs to make improvements or rejuvenation of the physical appearance of the fleet, adding to the completeness of the facilities at the shuttle location and providing guidance and training for employees, so that employees can provide better service to customers.

Keyword's: service quality, consumer satisfaction, consumer loyalty

## Pendahuluan

Di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia, meningkatnya jumlah penduduk diiringi semakin kompleksnya kebutuhan manusia dalam melakukan mobilisasi berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi, terlebih transportasi darat. Sampai saat ini transportasi darat masih menjadi pilihan utama sebagian besar masyarakat Indonesia karena dianggap paling murah dan terjangkau. (Atsatalada, 2012).

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi darat tersebut memicu persaingan ketat antar perusahaan penyedia jasa transportasi darat. Perusahaan-perusahaan penyedia jasa transportasi darat berlomba-lomba mendapatkan hati para pelanggan untuk memenangkan persaingan dengan berjanji akan memberikan pelayanan terbaik. Namun pada kenyataannya janji tersebut belum sepenuhnya terpenuhi sebab hal tersebut sering kali masih menjadi keluhan utama.

PO. Sumber Alam merupakan salah satu penyedia jasa transportasi yang menawarkan layanan *shuttle*. Saat ini PO. Sumber Alam melayani rute antar kota antar propinsi (AKAP) dengan menggunakan armada bus besar sedangkan rute antar kota dalam propinsi (AKDP) menggunakan medium bus dan mobil ELF. Rute antar kota dalam propinsi tersebut lebih dikenal dengan sebutan jasa *shuttle*. Layanan jasa ini menawarkan banyak tujuan salah satunya Semarang-Cilacap.

Seperti halnya Perusahaan Otobus lainnya PO. Sumber Alam senantiasa berusaha memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggannya dengan harapan para pelanggan dapat merasa puas dan loyal untuk terus menggunakan jasa PO. Sumber Alam, namun pada kenyataannya menurut keterangan pihak manajemen jumlah penumpang PO. Sumber Alam

terus mengalami penurunan signifikan setiap tahunnya.

Melihat adanya masalah –masalah yang ada di PO. Sumber Alam, serta adanya penelitian sebelumnya, maka penulis bermaksud meneliti dan menguji seberapa jauh keterkaitan antara Pengaruh Kualitas, Pelayanan, Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan sebagai intervening. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dikembangkan menjadi pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan pelanggan?
3. Apakah variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan?

## Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan.

## Tinjauan Pustaka

### Manajemen Pelayanan

Menurut Manulang (1985:17) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya manusia (SDM) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, sedangkan pelayanan merupakan suatu/serangkaian aktivitas

yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan atau pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yg disediakan oleh perusahaan pemberi layanan, yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah pelanggan atau pelanggan (Gronroos 1990:27). Berdasarkan kedua pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen pelayanan merupakan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah pelanggan atau pelanggan.

Kemampuan manajemen pelayanan wajib dimiliki setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa, sebab jasa yang diberikan perusahaan kepada para pelanggannya disampaikan melalui proses pelayanan dan dari proses itulah para pelanggan akan menilai seperti apa jasa yang mereka beli. Harapannya pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya dapat menjadi pelanggan yang loyal. Oleh sebab itulah manajemen pelayanan menjadi fokus penting karena berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan dan memicu loyalitas pelanggan.

## Jasa

Lupiyoadi (2001) berpendapat bahwa jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk: fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada waktu yang sama pada saat dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi pelanggan.

Kotler dan Keller (2011:356) mengemukakan pengertian jasa (*service*) adalah:

*"A service is any act or performance one party can offer to another that is*

*essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product"*.

## Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1985; dalam Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau diperoleh. Sedangkan menurut Lovelock dalam Tjiptono (2004:59) berpendapat bahwa, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono 2004). Apabila pelanggan merasakan bahwa jasa yang diterima sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa tersebut dapat dipersepsikan baik dan memuaskan.

## Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan bersifat objektif tergantung masing-masing pribadi pelanggan dalam merasakannya. Kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain, walaupun jasa yang diterima memiliki kualitas pelayanan yang sama. Berikut ini merupakan definisi kepuasan dari beberapa ahli yaitu:

Kotler dan Armstrong (2001:50) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja sesuai atau melebihi harapannya mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka mereka akan kecewa. Sejalan dengan Kotler dan

Amstrong, Engel et al. (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.

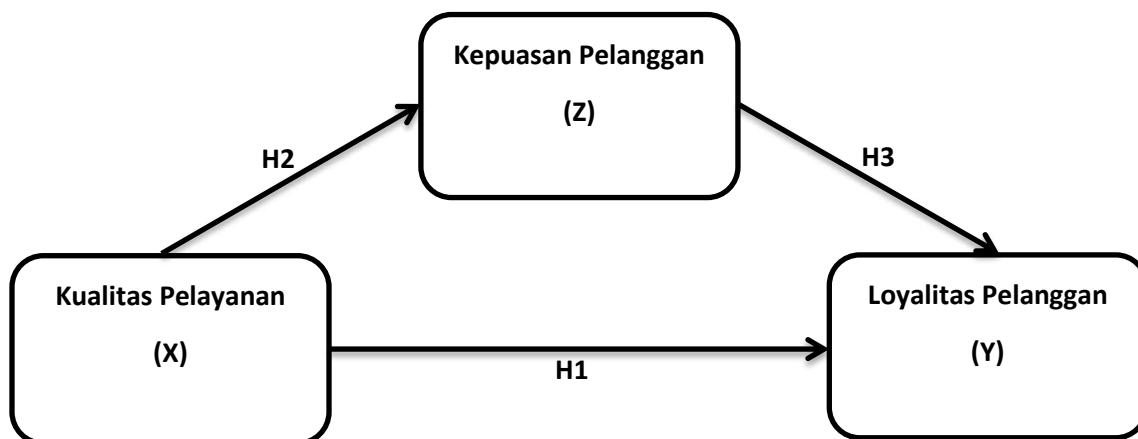
### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Situasi ini merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar, dimana para pelanggan bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2006).

Loyalitas pelanggan mutlak diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat tetap survive dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Untuk membangun loyalitas pelanggan diperlukan adanya usaha-usaha dari perusahaan untuk tetap memberikan kualitas terbaik dalam setiap produk atau jasa yang di milikinya, sehingga terbentuk persepsi kualitas yang kuat di benak pelanggan. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler et al, 2010).

### Hipotesis

#### Kerangka Pemikiran



Sumber: Model yang dikembangkan peneliti (2017)

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif yang bermaksud menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, dan termasuk dalam penelitian asosiatif / hubungan yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2006:11). Populasi dalam penelitian ini adalah para penumpang layanan *shuttle* PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap. Oleh karena jumlah populasi yang sangat banyak, maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini. Sampel dalam penelitian

ini adalah 100 responden pelanggan layanan *shuttle* PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t dan uji f) dengan bantuan aplikasi SPSS 16.0.

### Hasil Penelitian

Dalam sebuah penelitian, untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel, maka diperlukan instrument yang valid dan reliabel. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang seharusnya diukur. Reliabel berarti jika instrument tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Untuk itu diadakan uji validitas dan reliabilitas pada alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Hasil dari semua variabel (variabel kualitas pelayanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel loyalitas pelanggan) dengan hasil semua valid dan reliabel.

No	Uji Hipotesis	Keterangan				
		t hitung	F hitung	Korelasi	Determinasi	Hipotesis
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	9,990	-	0,710	49,9%	Ha Diterima
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	9,665	-	0,699	48,3%	Ha Diterima
3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	9,697	-	0,949	89,9%	Ha Diterima

### Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan tentang hasil analisis yang telah dilakukan, seperti yang akan dijelaskan dibawah ini.

Ketiga variabel diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik normalitas, dan terbukti berdasarkan hasil perhitungan, setiap variabel memiliki signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan data ketiga variabel tersebut berdistribusi normal maka baik dan layak digunakan dalam penelitian. Dengan demikian pengujian kepada ketiga variabel tersebut dapat dilanjutkan.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel loyalitas pelanggan terbukti. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier sederhana variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai konstanta sebesar 1,580 artinya tanpa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, nilai loyalitas pelanggan yaitu sebesar 1,580. Sedangkan, koefisien regresi linier sederhana kualitas pelayanan sebesar 0,710 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan pelanggan terbukti. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier sederhana variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,650

artinya tanpa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, nilai kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,650. Sedangkan, koefisien regresi linier sederhana kualitas pelayanan sebesar 0,699 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap variabel loyalitas pelanggan terbukti. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier sederhana variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai konstanta sebesar 3,160 artinya tanpa adanya pengaruh variabel kepuasan pelanggan, nilai loyalitas pelanggan adalah sebesar 3,160. Sedangkan, koefisien regresi linier sederhana kepuasan pelanggan sebesar 0,949 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

### Kesimpulan

Variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik karena mayoritas responden yaitu sebesar 61% responden, akan tetapi pelanggan menilai adanya kekurangan pada bagian tampilan fisik armada, ketersediaan fasilitas di lokasi *shuttle*, kerapian, kelengkapan identitas, kedisiplinan dan kesiapan karyawan, kemampuan karyawan memahami pelanggan, kemudahan komunikasi pelanggan dengan perusahaan serta kesediaan karyawan dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran.

### Saran

Berkaitan dengan kualitas pelayanan PO. Sumber Alam perlu melakukan perbaikan atau pememajaan tampilan fisik armada, menambah kelengkapan fasilitas di lokasi *shuttle* serta memberikan bimbingan dan pelatihan bagi karyawan, agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan. Harapannya dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan sesuai saran yang diberikan, kepuasan pelanggan PO. Sumber Alam dapat meningkatkan dan loyalitas pelanggan dapat terbentuk.

### Daftar Pustaka

- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Marketing Management*. 13<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi satu. . Jakarta : Salemba Empat.
- Parasuraman, Zeithaml dan Berry. 1988. *SERVQUAL : A Multiplei-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Retailing, Marketing Science Institute, 1(64) :h:12-40
- Supomo, Bambang dan Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Warsito, Hermawan. 1992. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Buku Panduan Mahasiswa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

